

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL  
KAMPUNG BEBAS NARKOBA PADA BADAN NARKOTIKA NASIONAL**  
(Studi Kasus Pemberdayaan Masyarakat di Kompleks Permata  
Kampung Ambon Kelurahan Kedaung Kali Angke Kecamatan Cengkareng Jakarta Barat)

*Tjangkung, Josephien Vivick*

*This research focused on social marketing communications strategic of Kampung Bebas Narkoba (Free Drug Village) with case study approach that focused reveal program design, communication patterns, the process of implementation, quality of communications, and program development conducted the National Narcotics Board.*

*This research found that social marketing perspective can be used as a tool for community development evaluation. In particular, the most favorable strategy to sustain community empowerment is interactive communications with involving and accommodating the public needs.*

**Key Word : Social Marketing, Kampung Bebas Narkoba, Case Studies**

## PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir, model komunikasi yang terlihat membawa hasil dalam pemberdayaan masyarakat yang lebih berkelanjutan adalah model strategik-partisipatif. Pendekatan itu sejalan dengan ide Budiman (1995) yang menyebutkan bahwa pelibatan masyarakat merupakan salah satu unsur pembangunan yang harus dipenuhi. Beberapa ahli menyebut kegiatan tersebut sebagai bagian dari komunikasi untuk mengembangkan persepsi positif dan meningkatkan kesadaran publik (Libutti dan Valente, 2005: 191).

Salah satu kegiatan mengomunikasikan program pembangunan secara positif sekaligus meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat yang dilakukan pemerintah melalui Badan Narkotika Nasional adalah Pembentukan Kampung Bebas Narkoba dan Lomba Kampung Bebas Narkoba. Dua program itu dikembangkan untuk mencegah peredaran dan penyalahgunaan narkoba serta mencari bentuk pelibatan masyarakat guna memutus rantai penyebaran narkoba.

Badan Narkotika Nasional merupakan salah satu lembaga nonstruktural yang bertugas untuk mengkoordinasikan instansi pemerintah berkaitan dengan penyusunan kebijakan, pelaksanaan pencegahan serta pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba<sup>1</sup>. Sebagai *pilot project* pengembangan masyarakat Badan Narkotika Nasional melaksanakan Pembentukan Kampung Bebas Narkoba di RW 7, Kelurahan Kedaung Kali Angke, Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat. Kawasan yang terkenal dengan sebutan Kampung Ambon ini tergolong kawasan yang memiliki jumlah pemakai dan peredaran narkoba tertinggi di Jakarta.

Secara fisik, kedua tempat tersebut termasuk daerah pemukiman padat dengan penghuni yang heterogen dan masuk dalam golongan menengah ke bawah. Tingginya masalah sosial di kedua tempat tersebut menjadikan iklim yang mendukung peredaran gelap dan penyalahgunaan narkoba. Praktek penjualan dan peredaran narkoba yang sudah berlangsung relatif lama tampaknya telah membentuk struktur relasi-relasi sosial yang mantap, sikap mental dan pandangan hidup, serta solidaritas sosial yang kuat di kalangan warga Kampung Ambon untuk saling menjaga dan melindungi. Situasi itu memengaruhi

pelanggaran praktik penjualan dan pengedaran narkoba di Kampung Ambon sebagaimana dipaparkan Kepala Pusat Cegah BNN, Anang Iskandar (2010):

Kampung Ambon dulunya adalah daerah tertutup sehingga polisi sulit untuk masuk. Sekarang yang ini, Kampung Ambon, tentang daerah asalnya adalah daerah tertutup karena ini daerah pasar transaksi narkoba yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli.

Dulu sepuluh, dua puluh, tiga puluh tahun yang lalu adalah tempat transaksi narkoba. Sangat tertutup. Jadi polisi pun tidak bisa masuk di sini dalam arti hubungan polisi dan masyarakat sudah renggang, tidak bagus. Setiap polisi masuk selalu dicurigai. Ini terjadi kira-kira tahun 1970 sampai 1973.

Ini terus berlanjut. Jadi dibutuhkan pasukan 1.000 sampai 1.500 baru bisa masuk. Jalan-jalan sudah ditutup setiap polisi mau masuk. Jalan langsung di portal. Sebegitu parahnya hubungan polisi dan masyarakat. Tidak hanya polisi tapi juga pemerintah yang lain seperti BNN.

(Informan I, Anang Iskandar, Pengelola Program, Wawancara Juni 2010)

Selama ini pendekatan *enforcement* dengan sanksi tegas dalam penanganan kejahatan narkoba ternyata tidak bisa menurunkan angka kejahatan narkoba. Di Kampung Ambon, sejak tahun 1978, setiap tahunnya telah dilakukan berbagai kegiatan dengan melibatkan kekuatan besar polisi untuk memutus peredaran dan penyalahgunaan narkoba, namun tidak mendapatkan dukungan masyarakat bahkan mereka melawan sehingga aparat kesulitan untuk mengubah perilaku warga<sup>2</sup>.

Pengembangan Kampung Ambon yang mencakup 16 RT saat ini menjadi Kampung Bebas Narkoba dilakukan melalui kerjasama dengan Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCACB) Sanggar Merah Putih dan Universitas Indonesia. Masing-masing institusi itu mengembangkan pemberdayaan masyarakat melalui pemasaran gagasan yang berhubungan dengan perubahan sosial agar masyarakat Kampung Ambon yang menjadi produsen, pengedar, dan pengguna mengubah sikap dan perilaku agar tidak lagi bersentuhan dengan narkoba. Pemberdayaan masyarakat di Kampung Ambon dikemas melalui peningkatan kualitas sumber daya



manusia, bukan pendekatan koersif atau pemberantasan dengan penangkapan<sup>1</sup>. Pendekatan ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh Nie dan Verba (1987) tentang peran penting pelibatan partisipasi masyarakat agar kebijakan atau program tetap berjalan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

#### LINGKUP PENELITIAN

Kampung Bebas Narkoba bisa dikatakan sebagai inovasi dalam pemasaran sosial untuk mencari pemecahan masalah yang ditimbulkan akibat dari peredaran dan penyalahgunaan narkoba. Hal itu dilakukan sebagai salah satu jalan keluar alternatif saat cara konvensional lama yang memberikan sanksi hukum dirasakan tidak sesuai lagi dengan konteks terkini. Menurut Muhadjir (2001: 17) inovasi selalu berkaitan dengan konteks sosial dan kurun waktu tertentu. Dengan kondisi sistem komunikasi komunitas di Kampung Ambon, maka pemasaran sosial ide inovasi itu dapat berlaku bagi satuan sosial atau masyarakat Kampung Ambon.

Penelitian ini relevan dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran sosial dalam pemberdayaan masyarakat di Kampung Ambon dilakukan dengan tujuan terbentuknya Kampung Bebas Narkoba? Sebab setelah menjadi bagian dari Program Kampung Bebas Narkoba, banyak diberitakan dalam media massa bahwa Kampung Ambon kini berubah menjadi wilayah yang aman dan nyaman serta terbebas dari peredaran narkoba (2009, <http://www.kompas-tv.com>). Dari liputan media massa tersebut dapat dilihat bahwa pendekatan pemasaran ide untuk perubahan sosial atau pemasaran sosial bisa berjalan di Kampung Ambon. Tentu hal itu akan sangat menarik untuk diamati dan dikaji.

Secara umum penelitian diarahkan untuk merekonstruksi dan mengidentifikasi tahapan-tahapan yang dilakukan serta mendefinisikan program yang paling tepat, pembentukan program dan penyebarannya, serta pengembangan masyarakat di Kompleks Permata Kampung Ambon Kelurahan Kedaung Kali Angke Jakarta Barat.

Secara khusus, penelitian juga diarahkan untuk mengidentifikasi faktor pendorong dan faktor penghambat dalam kegiatan pembentukan Kampung Bebas Narkoba serta strategi komunikasi untuk penanganan hambatan yang terjadi.

Jika semua kondisi itu berhasil

dipetakan dan dijadikan model dengan mengidentifikasi faktor penentu atau *best practices* maka akan dapat dikembangkan untuk masyarakat serupa di wilayah lain yang tergolong rawan peredaran narkoba.

#### PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian Widodo dan kawan-kawan (2003) mengenai Sistem Komunikasi Masyarakat di Indonesia menunjukkan bahwa hal yang menyebabkan kegagalan proses pembangunan berbasis pemberdayaan komunitas adalah kurang mengakannya program komunikasi<sup>1</sup>.

Sementara itu, hasil pengamatan Chesebro dan kawan-kawan (dalam Mulyana dan Solatun, 2008: 249-272) terhadap peran kelompok dan komunitas dalam pembentukan nilai-nilai baru menunjukkan kecenderungan bahwa pembangkitan kesadaran masyarakat bisa dilakukan pada kelompok kecil atau komunitas dengan cara memberikan penekanan identitas komunitas untuk pengembangan orientasi individu yang diperlukan bagi perubahan masa depan.

Dalam konteks individu, hasil kajian Tyas (2006) mengenai menunjukkan bahwa komunikasi berperan dalam membujuk individu sasaran, namun demikian kegiatan komunikasi seringkali hanya berhenti dalam tahapan untuk memotivasi individu agar mengadopsi ide atau produk sosial.

Berbagai hasil kajian dan pemahaman tentang perspektif dan pendekatan komunikasi berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat dan pemberian informasi dari penelitian sebelumnya bisa dijadikan bahan untuk menganalisa program pemasaran sosial dalam pemberdayaan masyarakat dalam Program Kampung Bebas Narkoba.

Pendekatan studi kasus yang digunakan tentu menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan isu penyalahgunaan narkoba. Selain itu, lokasi penelitian memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kajian dalam tingkatan individu dan komunitas sekaligus, sehingga menjadi faktor pembeda pula dari kajian yang pernah dilakukan sebelumnya.



## TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini ada tiga konsep kunci yang digunakan yakni strategi komunikasi, teori kognisi sosial, pemberdayaan masyarakat, dan pemasaran sosial. Penjelasan istilah-istilah kunci ini dapat dilakukan secara etik<sup>2</sup> dan emik<sup>3</sup>. Secara etik dimaksudkan bahwa penjelasan istilah tersebut dapat diperoleh dari rujukan, kepustakaan atau wacana peneliti sementara secara emik maksudnya peneliti akan menerjemahkan atau memaparkan istilah tersebut disesuaikan dengan pengertian istilah yang ditangkap oleh subyek.

Program pemberdayaan masyarakat bukan hanya sekadar program yang melibatkan masyarakat (berasal dari inisiatif masyarakat) saja, akan tetapi dibutuhkan pula dukungan dari pemerintah setempat. Dengan adanya kerjasama dari kedua belah pihak, diharapkan program pemberdayaan masyarakat akan lebih mudah terwujud dan berhasil (Sumodiningrat, 1995 :22).

Dalam kaitannya dengan partisipasi masyarakat, Bessette (2004) menyatakan bahwa, "*community participation mean facilitating the active involvement of different community groups, together with the other stakeholders involved, and the many development and research agents working with the community and decision makers.*" Dapat diartikan bahwa partisipasi dapat dinilai dari adanya keterlibatan komunitas, *stakeholders*, agen sosial dan pengambil kebijakan.

Dalam pandangan Bessette (2004: 8-9) strategi komunikasi adalah perencanaan komunikasi untuk mendukung rencana aktivitas yang telah diidentifikasi oleh *stakeholders*, memfasilitasi kerjasama, menyediakan pengetahuan yang diperlukan untuk menerapkan aktivitas, dan merencanakan bagaimana menyebarluaskan dan menggunakan hasil yang dicapai.

Secara umum, ada 3 (tiga) tujuan utama strategi komunikasi yaitu (1) *to secure understanding*, atau memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya; (2) *to establish acceptance*, apabila komunikasi sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina; dan (3) *to motivate action*, pada akhirnya kegiatan dimotivasi untuk melakukan perubahan tertentu (Bessette, 2004: 11).

Berkaitan dengan perubahan perilaku

individu, kelompok dan masyarakat ada beberapa teori yang bisa menjelaskan berkaitan dengan kegiatan komunikasi. Salah satunya Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*) yang digunakan untuk memahami efek terpaan media massa. Teori ini dikembangkan berdasarkan penelitian Albert Bandura (1977). Dalam perspektif teori ini pesan-pesan pembangunan dapat diaplikasikan dalam benak khalayak sehingga menimbulkan efek kognitif dan perilaku mereka sebagai sesuatu yang harus diterima.

Kegiatan komunikasi juga akan mengubah masyarakat melalui penyebaran dan penyerapan ide dan hal-hal yang baru (Roger dan Shoemaker, 1971). Semakin intensi penggunaan media massa, bermakna akan tercipta suatu iklim pembangunan karena kondisi tersebut akan mempercepat proses pendidikan dan pengembangan wawasan serta perubahan masyarakat terhadap diri serta lingkungan.

Gambar 1. Kerangka Alur Pemikiran



Dalam upaya memengaruhi masyarakat untuk pemberdayaan masyarakat, salah satu pendekatan yang sering digunakan adalah pemasaran sosial. Dalam pandangan Kotler dan Roberto (1989), pemasaran sosial mengedepankan penggunaan teknik dan strategi komunikasi dalam menyebarluaskan ide baru dalam komunitas/kelompok.

Ada empat proses yang harus dilaksanakan strategi komunikasi pemasaran sosial, yakni (1) *defining the product-market fit*, atau bagaimana menyesuaikan produk sosial (supaya dapat diterima oleh kelompok sasaran) dan apa yang sebenarnya dicari oleh kelompok sasaran; (2) *designing the product-market fit*, perancangan produk sosial dengan baik agar



diterima oleh kelompok sasaran; (3) *delivering the product-market fit*, atau menyampaikan produk sosial kepada kelompok sasaran; dan (4) *defending the product-market fit*, atau melanjutkan atau mengubah produk sosial untuk mempertahankan penerimaan dan menghindari penolakan kelompok sasaran (Kotler dan Roberto, 1989: 28).

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk mengungkap strategi komunikasi dalam program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional sebagai pengelola program Kampung Bebas Narkoba. Ada enam sumber data yang digunakan yaitu penelusuran dokumen, rekaman arsip, wawancara informan, pengamatan langsung, observasi partisipan, dan identifikasi peralatan bantu atau infrastruktur dalam pengembangan komunitas Kampung Ambon (Yin, 1993: 101-117).

Unit analisis adalah narasi-narasi kualitatif yang diperoleh dari hasil interpretasi wawancara mendalam terhadap informan/*key informan*. Informan penting dari Badan Narkotika Nasional, Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCAB) Sanggar Merah Putih dan Universitas Indonesia. Selain itu juga melakukan pendalaman dengan informan lokal yang memahami, memiliki, menguasai ketersediaan dokumen dan data pendukung lain.

Sumber data sekunder terdiri dari informasi-informasi relevan dari buku, surat kabar, majalah, dan dari internet, analisis yang dikembangkan sejalan dengan teknik analisis dalam situs tunggal (Miles dan Huberman, 1992: 137). Secara keseluruhan, analisis dilakukan sepanjang penelitian dan dilakukan terus-menerus dari awal sampai akhir penelitian atau *flow model analysis*.

## HASIL PENELITIAN

Luas wilayah Kampung Ambon 48,35 Ha, terdiri dari 16 RT yang dipimpin oleh Ketua RW atas nama Johan Tjiknin, dan seorang dekel atas nama Sumo. Wilayah itu berbatasan dengan Jalan Kapuk Raya serta sungai sebagai batas wilayah. Mobilitas penduduk yang cukup tinggi membuat data kependudukan secara rinci dan benar sulit didapatkan. Namun demikian warga RT 001 s/d 007 sebagian besar mayoritas dari Suku Ambon, sebagaimana bisa dilihat

dalam data berikut ini:

Tabel 2. Sebaran dan Situasi Kependudukan di Kampung Ambon

NO	RT	JUMLAH KK	PENDUDUK		WARGA
			LAKI	Perempuan	
1	2	3	4	5	6
1	001	30	30	40	70
2	002	42	74	76	150
3	003	69	108	100	208
4	004	58	107	106	213
5	005	65	130	120	250
6	006	74	120	140	260
7	007	76	152	104	256
JUMLAH		434	686	721	1407

Catatan: Warga RT. 001 s/d 007 sebagian besar mayoritas etnis suku Ambon, di kawasan tersebut dijadikan peredaran atau penjualan narkoba dan perjudian

1	2	3	4	5	6
8	008	70	146	145	291
9	009	86	181	124	365
1	001	34	66	57	123
1	001	33	63	67	130
1	001	66	204	198	402
1	001	75	90	135	225
1	001	86	209	206	415
1	001	50	97	92	189
1	001	82	226	200	426
JUMLAH		582	1282	1233	2515

Catatan : RT 008 sampai 0016 sebagian besar dihuni pendatang, dengan pekerjaan sebagai buruh atau karyawan swasta. Sumber: Kepolisian Sektor Cengkareng, 2009.

Warga Kampung Ambon, yang berasal dari kelompok etnis Ambon meskipun diindikasikan cukup banyak yang menganggur alias tidak memiliki pekerjaan formal, namun sejumlah warga lainnya bekerja di pelbagai sektor pekerjaan formal seperti karyawan industri, rumah sakit, *travel agency*, hotel dan restoran, lembaga pendidikan, *security services*, dan lain sebagainya.

Dari latar belakang sosial ekonomi antar warga memang tidak begitu mencolok perbedaannya, walaupun ada hanya satu dua saja yang nampak perbedaannya, namun masih dalam batas-batas kewajaran akibat dampak daripada kehidupan masyarakat kota besar. Di sebagian lokasi Kampung Ambon memang dijadikan peredaran atau penjualan narkoba dan perjudian. Upaya penindakan dan pemberantasan praktik transaksi narkoba yang selama ini telah dilakukan oleh pihak penegak



Sejumlah warga Kampung Ambon mengeluhkan pelabelan Kampung Ambon sebagai daerah rawan narkoba dan kejahatan telah membuat warganya mendapat perlakuan diskriminatif ketika melamar pekerjaan pada perusahaan atau industri yang ada di sekitar wilayah ini dan juga ketika mendaftarkan anak-anak mereka ke sekolah-sekolah di sekitar wilayah ini:

Daerah ini terkenal rawan dan sangat tertutup. Dulu kalau saya pulang naik taksi sopir pasti yakut begitu tau rumah kita disini. Semua orang akan berpikir seribu kali untuk masuk kesini.

(Informan 5, Warga Laki-laki,  
Wawancara April 2010)

Masih banyaknya warga yang pengangguran, untuk menutupi kebutuhan mereka mencari makan dengan cara menjual ganja dan Menyediakan tempat untuk melakukan perjudian, adapun data tempat transaksi narkoba dan lokasi perjudian sabung ayam. Untuk mencegah peredaran narkoba serta kegiatan perjudian Sambung Ayam dan Tasio maka telah didirikan POS TERPADU, yang berlokasi di Jl. Mira RT 002 RW 07 yang dijaga oleh anggota Polres dan Polsek.

#### a. Mendefinisikan Kampung Bebas Narkoba

Dalam mendefinisikan program Kampung Bebas Narkoba dapat dilihat dari bagaimana upaya menciptakan ide dan gagasan kampung bebas narkoba dengan memperhatikan kondisi sosial masyarakat Kampung Ambon sekaligus berupaya mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan masyarakat sejalan dengan Program Kampung Bebas Narkoba. Konsep itu dapat dipahami melalui kutipan berikut ini:

Namanya Program *Comdev* (*community development*) Kampung Ambon. Intinya dari daerah yang tertutup, melawan, antipati, kita bangun, kita cairkan kita buka dan kita sudah bisa masuk ke daerah itu. Sekarang kita sudah melakukan program *comdev* itu sendiri. Tahap, pertama, yang paling sulit adalah masuknya karena kita harus "babat alas". Ini adalah program pertama yang dilakukan misalnya fasilitator empat belas pekerja, tempat-tempat kerja seperti salon ini merupakan tempat untuk berkumpulnya komunitas mereka. Yang paling penting adalah

proses-proses komunikasi antara individu di masyarakat.

(Informan 1, Anang Iskandar,  
Pengelola Program, Wawancara  
Juni 2010)

Program Kampung Bebas Narkoba juga biasa disebut oleh kalangan Badan Narkotika Nasional sebagai *social alternatif development*. Secara nyata Badan Narkotika Nasional akan menyisir kampung-kampung yang disinyalir sebagai sarang peredaran narkoba. Setelah menemukan kampung yang disinyalir rawa peredaran narkoba, maka kampung tersebut dijadikan sasaran program dengan memberdayakan warganya:

Yang tidak punya kerja kita carikan pekerjaan, yang ingin berdagang kita berikan modal dan yang sakit akan kita bawa kerumah sakit untuk diobati. Kalau kampungnya kumuh, kita ajak warga untuk bergotong royong membersihkannya, kalau para pemudanya perlu sarana olahraga, kita akan mengusahakannya. Metode ini akan diprogram setiap tahun dan dilakukan secara terus menerus, diharapkan kampung-kampung yang selama ini menjadi sarang peredaran narkoba bisa berubah menjadi kampung yang bersih dari peredaran narkoba.

(Informan 1, Anang Iskandar,  
Pengelola Program,  
Wawancara Juni 2010)

Kegiatan awal pembentukan Kampung Bebas Narkoba di Kampung tersebut berlangsung tiga fase kegiatan. Fase pertama, tim peneliti atau fasilitator melakukan 'pembauran' ke dalam kehidupan warga kompleks, sehingga dapat mengenal dan dikenal warga kompleks. Melalui interaksi sosial sehari-hari yang relatif intens diharapkan akan memperoleh informasi dan wawasan tentang dinamika kehidupan warga Kampung Ambon. Selain itu kegiatan tahap ini ditujukan untuk mendapatkan kepercayaan dari warga:

Proses pembentukan konsep penelitian antara BNN dan Universitas Indonesia juga terjadi cukup alot. Yang saya tekankan dalam langkah perubahan ini adalah kejujuran



BNN pernah tidak memulai dengan kejujuran. Bahkan ada saran dari BNN, boleh dilakukan penelitian di sana tapi menginapnya tidak di sana. Di luar wilayah sana saja. Atau ada saran juga, tim peneliti mengontrak satu rumah di wilayah penelitian. Sekali lagi kami tekankan kami harus menginap di rumah warga.

(Informan 2, Iwan Tjitradjaja, Peneliti, Wawancara Juni 2010)

Fase kedua, setelah warga kompleks menaruh kepercayaan pada tim termasuk kepada Badan Narkotika Nasional, tim peneliti atau fasilitator mengajak dan memfasilitasi warga kompleks untuk secara kolektif membahas dan mendalami persoalan-persoalan dalam dinamika kehidupan keseharian warga kompleks dengan menggunakan pelbagai temuan yang diperoleh di fase pertama. Mengenai hal ini dikemukakan oleh salah seorang informan kunci sebagai berikut :

Kalau bisa berubah dengan sendirinya maka dari dulu pasti sudah berubah. Tapi kenyataannya tidak seperti itu. Untuk membangun kerjasama harus ada kepercayaan. Kepercayaan ini bisa dibangun dengan menghilangkan kecurigaan-kecurigaan yang selama ini ada. Imej negatif dalam memandang orang lain harus dihilangkan. Kita harus membangun imej-imej positif terhadap orang lain. Itulah tahapan pendekatan yang kita lakukan. Kita ngobrol dengan mereka.

(Informan 2, Iwan Tjitradjaja, Peneliti, Wawancara Juni 2010)

Dalam rangkaian kegiatan pertemuan warga ini, tim peneliti atau fasilitator juga memotivasi dan melatih sejumlah warga setempat untuk berperan aktif sebagai fasilitator lokal, yang diharapkan akan dapat menjadi *agent of change* dalam masyarakatnya.

Fase ketiga, setelah warga kompleks secara kolektif dapat memahami dan memetakan secara jelas persoalan-persoalan dalam dinamika kehidupan mereka yang memerlukan solusi pemecahan dan penanganannya, tim peneliti atau fasilitator bersama dengan para fasilitator lokal menyelenggarakan rangkaian pertemuan warga

untuk membahas dan membuat perencanaan program-program penanganan persoalan-persoalan yang bersangkutan. Hasil perencanaan secara partisipatif ini kemudian diharapkan dapat didukung dan difasilitasi penyelenggaraan oleh BNN dan pihak-pihak lain yang terkait :

Dengan proses komunikasi ini kita entaskan komunitas dari pengaruh narkoba. Petugas kita ada di sana setiap Sabtu Minggu. Petugas kita ada di sana untuk melakukan proses komunikasi tersebut. Dengan demikian petugas kita bisa langsung *research*. Program ini berlangsung sudah setahun. Kalau kita tidak langsung kesan kita tidak akan bisa langsung mendapatkan data. Istilahnya dipatok di sana.

(Informan 1, Anang Iskandar, Pengelola Program, Wawancara Juni 2010)

Kerjasama yang dikembangkan Badan Narkotika Nasional dan Universitas Indonesia juga mencari informasi merupakan dasar merumuskan strategi pemberantasan narkoba yang melibatkan peran masyarakat secara aktif sekaligus berusaha meyakinkan masyarakat untuk mengubah pola hidup mereka ke arah yang lebih baik.

#### b. Merancang Pemasaran Sosial

Berkaitan dengan Kampung Bebas Narkoba Badan Narkotika Nasional mulai dikembangkan dengan membangun kepercayaan masyarakat Kampung Ambon kemudian dilakukan pendekatan mengembangkan partisipasi masyarakat.

Proses masuk ini sangat sulit karena orang-orang yang sudah masuk lebih dahulu telah membuat laporan mengenai kondisi di sana yang sangat rawan apalagi dengan masuknya orang-orang yang berkaitan dengan BNN. Mereka juga bilang bagaimana nanti jika Universitas Indonesia ditolak. Kami bilang kalau ditolak ya kami tidak akan masuk. Karena perubahan yang bisa berjalan lama dan berkelanjutan adalah



kalau digerakan masyarakat sendiri. Kalau dari luar maka mereka akan merasa terpaksa. Kalau paksaannya sudah tidak ada kekuatannya lagi maka mereka akan balik lagi. Jadi yang harus kita ubah adalah mindset mereka. Mental mereka.

(Informan 2, Iwan Tjitradjaja, Peneliti, Wawancara Juni 2010)

Oleh karena itu pilihan pengembangan program sosial yang sangat berkaitan dengan kebutuhan masyarakat merupakan pilihan tepat agar gagasan atau praktik sosial yang ditawarkan bisa diterima oleh masyarakat setempat:

Program kita ini berjangka tiga tahun yaitu sampai 2011. Setiap tahunnya kita adakan evaluasi. Kita akan mengadakan bimbingan lanjut. Misalnya keterampilan sejauh ini gimana? Apa ada kendala? Untuk itu kita melibatkan BLK untuk memberikan pelatihan pada mereka.

(Informan 3, Retno Sukesti, LSM, Wawancara Juni 2010)

Peran media massa sangat penting, karena dapat menyampaikan pesan-pesan tentang bahaya penyalahgunaan narkoba. Berdasarkan survey yang dilakukan Badan Narkotika Nasional, di lingkungan masyarakat, mayoritas masyarakat mengetahui informasi tentang bahaya narkoba dari media massa, baik media cetak maupun elektronik.

Untuk melengkapi dan menguatkan pernyataan penempatan produk sosial dikembangkan beragam kegiatan yang melibatkan masyarakat sebagaimana dinyatakan informasi berikut ini:

Prosesnya mulai bulan Mei 2009 proses ini yang menarik. Kita ingin melihat seberapa besar animo masyarakat terhadap kegiatan-kegiatan positif di sana. Pertama melakukan audisi perlombaan. Mulai karaoke anak-anak, lomba masak ibu-ibu, bulutangkis, dan seni. Setelah itu diadakan kegiatan bakti sosial dalam bentuk pengobatan gratis dan sembako gratis.

(Informan 5, Dik Dik, LSM, Wawancara Juni 2010)

Upaya tersebut ternyata cukup bagus dalam mengembangkan dan menciptakan citra positif di kalangan masyarakat sehingga mendorong perubahan citra polisi atau kalangan Badan Narkotika Nasional di kalangan masyarakat Kampung Ambon.

### c. Memasarkan Kampung Bebas Narkoba

Inti dari Kampung Bebas Narkoba membantu masyarakat keluar dari jeratan narkoba untuk mendapat sesuatu penghidupan yang baru. Hal yang pertama kali dilakukan adalah melakukan pendekatan dengan berbagai olahraga atau senam dan lainnya. Komunikasi langsung dengan warga untuk memperkenalkan Kampung Bebas Narkoba memang bisa membentuk pemahaman warga dan mendorong untuk mencoba.

Demikian juga dengan berbagai konsep metode, dan strategi membangun jaringan masyarakat anti narkoba, difokuskan pada enam sasaran pencegahan, yaitu lingkup sekolah atau kampus, tempat Kerja, masyarakat, pemerintah keluarga dan profesi. Sedangkan metode yang digunakan dalam mendukung program pencegahan narkoba adalah satu, metode promotif, dengan tujuan agar masyarakat peduli terhadap bahaya penyalahgunaan narkoba. Kedua metode advokasi yang ditujukan kepada para petugas di instansi pemerintah, LSM maupun swasta, guna membekali kemampuan taktis maupun teknis dalam rangka mencegah penyalahgunaan narkoba dan menangka beredarnya narkoba. Ketiga metode pemberdayaan masyarakat, hal ini dimaksudkan untuk menggali potensi dan kreatifitas masyarakat dengan membekali kemampuan dan keterampilan pencegahan terhadap penyalahgunaan narkoba.

Secara keseluruhan kegiatan yang dikembangkan oleh Badan Narkotika Nasional yang dibantu dengan aktivitas Lembaga Swadaya Masyarakat, Tim Peneliti dari Universitas Indonesia dan keterlibatan warga dapat digambarkan dalam bentuk diagram sebagaimana berikut ini:

"Platform Kebijakan Pembangunan Parta Keadilan Sejahtera", sesungguhnya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi perubahan yang signifikan yang dapat



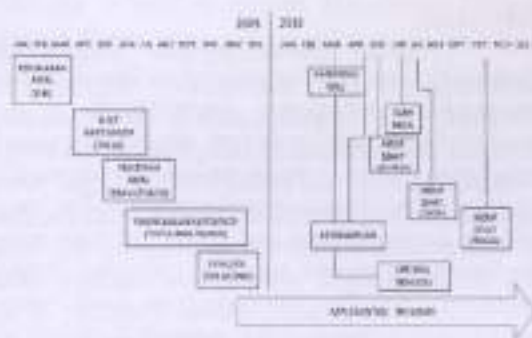
menggolongkan PK Sejahtera sebagai partai terbuka.

### c. Saran-saran

Perubahan citra yang kini telah dilakukan oleh PKS telah menimbulkan banyak reaksi baik dari internal maupun eksternal partai. Hal ini harusnya menjadi pertimbangan elit partai untuk meninjau kebijakan tersebut. Disamping itu, kebijakan ini merupakan suatu hal yang dilematis, pada satu sisi PKS adalah partai Islam sementara perubahan citra ini mengharuskan PKS menjadi partai terbuka dan menerima pluralitas. Ini yang harus dicermati oleh PKS yang sejak awal mendeklarasikan diri sebagai "partai dakwah" yang sarat dengan ideologi yang melekat pada dirinya.

Hal ini harus dipikirkan secara cermat, jangan sampai PKS yang memiliki kader-kader militan akan "lari" kepartai lain yang bisa menampung militansi mereka. Jangan dilupakan, PKS besar oleh kader-kader militan ini. Sebagaimana dikatakan oleh Fachry Ali, apa yang dilakukan PKS dengan citra perubahan ini layaknya orang yang "berjudi", dengan demikian kebijakan ini dapat membawa dampak yang negatif jika tidak didasarkan pada pemikiran yang cermat. Kemudian, PKS sebagai partai dakwah harus lebih memperkuat ideologi mereka dan juga memperkuat basis kader mereka, karena pada dasarnya PKS adalah partai kader yang besar oleh dan untuk kader.

**Gambar 2. Alur Kegiatan dalam Program Kampung Bebas Narkoba**



Sumber: Pengolahan data

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa sekalipun pada tahap awal yang diistilahkan sebagai *ice breaking* atau tahap defining produk lebih banyak kecenderungan pelibatan warga

masyarakat dalam perencanaan. Namun dalam tahun kedua ketika program dijalankan, pola pendekatan yang dilakukan masih cenderung pada pelibatan kelompok tokoh baik dari kalangan masyarakat, pemuda dan perwakilan keluarga.

**b. Mempertahankan Penerimaan Masyarakat**

Proses implementasi kebijakan Kampung Bebas Narkoba secara umum dimulai dengan pendekatan top-down yang bermula dari keputusan kebijakan yang tercapai di Badan Narkotika Nasional dan selanjutnya diteruskan ke bawah yaitu ke masyarakat Kampung Ambon. Jadi masyarakat sifatnya hanya melaksanakan kegiatan yang telah ditetapkan oleh Badan Narkotika Nasional. Namun demikian pelibatan masyarakat dalam implementasi dilakukan pada saat memilih program yang akan dikembangkan.

Penolakan terhadap berbagai kebijakan yang telah digulirkan bukan berarti pemerintah menjadi masa bodoh terhadap permasalahan narkoba di Kampung Ambon, untuk itu Badan Narkotika Nasional menerapkan strategi baru dari semula represif ke persuasif guna mengubah paradigma masyarakat dari semula menolak program pemerintah menjadi masyarakat agar terbuka terhadap program pemerintah.

Dari wawancara terhadap pelaksana dan perencana program ditemukan beberapa tahapan yang dikembangkan mencakup upaya menciptakan kepercayaan, merancang strategi, melibatkan partisipasi dan menjaga kesinambungan program. Secara lebih lengkap hal-hal tersebut dipaparkan sebagai berikut:

2. Melanjutkan kegiatan mengumpulkan informasi sekaligus membangun 'trust' dan mengembangkan relasi sosial yang baik dengan warga kompleks, khususnya dengan menempatkan peneliti/fasilitator di RT-RT yang belum menerima kehadiran peneliti (RT 01,02,03,13).
2. Mengidentifikasi dan bekerjasama dengan warga kompleks yang dapat menjadi *agent of change* sekaligus



fasilitator lokal untuk menyelenggarakan rangkaian pertemuan warga kompleks untuk secara kolektif membahas persoalan dan merencanakan program pemecahannya dalam proses transformasi ke arah Kampung Bebas Narkoba

2. Mendorong dan bekerjasama dengan pihak kepolisian untuk membenahi citra polisi dalam pandangan warga kompleks, serta memfasilitasi proses kerjasama polisi dan warga kompleks dalam menggulirkan proses transformasi sosial di Kampung Ambon.

#### e. Faktor Penentu Keberhasilan

Kampung Bebas Narkoba yang dipasarkan kepada warga Kampung Ambon diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan warga akan bahaya penyalahgunaan narkoba tetapi juga agar dapat mengubah sikap dan perilaku untuk tidak menggantungkan hidup sehari-hari dari beragam aktivitas yang berkaitan dengan peredaran dan penyalahgunaan narkoba.

Hambatan terbesar dalam mengubah perilaku adalah sikap warga yang tidak mau tahu urusan orang lain alias sikap cari aman saja. Meskipun ada anggota keluarga mereka yang terlibat praktik peredaran narkoba, sejumlah warga beretnis Ambon ada yang tetap menginginkan praktik peredaran narkoba di wilayah pemukiman mereka dapat dihentikan.

#### f. Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat

Kegiatan membangun Kampung Bebas Narkoba bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar mengedepankan semangat perubahan dan memperbaiki perilaku dalam rangka menggugah dan mendorong warga sekitar secara kolektif. Adapun kegiatan adalah fokus melakukan dekonstruksi dan konstruksi ulang pola pikir dan nilai kehidupan yang selama ini menjadi acuan mereka dalam memandang dan menilai kehidupan sehari-hari dan masa depan mereka.

Dengan memberdayakan dan melibatkan masyarakat setempat secara langsung dengan melaksanakan kegiatan pemberian keterampilan menjahit dan mesin. Keterampilan itu dapat dipergunakan dalam memperoleh penghasilan bagi kelangsungan dan meningkatkan taraf hidupnya.

Secara umum terdapat dua kombinasi

strategi komunikasi yang dikembangkan oleh Badan Narkotika Nasional yaitu paduan antara strategi aktif dan interaktif. Strategi aktif dikembangkan ketika Badan Narkotika Nasional berupaya untuk menggali informasi tentang situasi dan karakteristik Kampung Ambon agar bisa mengembangkan program Kampung Bebas Narkoba. Dalam bagian ini pula Badan Narkotika juga memanipulasi lingkungan dengan mencegah terjadinya penangkapan dan melibarkan masyarakat agar bisa terlibat.

Sementara strategi interaktif digunakan ketika tahapan strategi aktif itu selesai dilakukan. Dalam strategi ini Badan Narkotika Nasional mengembangkan kegiatan dan merencanakan program melalui diskusi dan berbagai informasi dengan warga Kampung Ambon. Situasi yang santai dikembangkan agar bisa mendorong partisipasi warga. Namun demikian strategi komunikasi pemasaran sosial harus dikembangkan terus menerus tidak boleh berhenti dengan membangun jaringan *agent of change* dalam masyarakat melalui program advokasi, pemberdayaan dan pendidikan masyarakat, serta penyuluhan dan penerangan. Ditataran implementasi memang diperlukan peran masyarakat yang lebih besar. Kalau masyarakat sudah tahu dan bisa mengidentifikasi permasalahan narkoba di wilayahnya, baru bisa diketahui bagaimana mencari solusinya. Setelah itu, penyelesaian masalah dilakukan secara terus menerus dengan berbagai alternatif pemecahan yang melibatkan masyarakat.

Program pemberdayaan Masyarakat Kampung Ambon merupakan pendekatan alternatif, yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional dan merupakan hal yang belum teruji. Namun demikian ada kesan BNN sebagai pusat kepentingan kegiatan (*focal point*), tidak melihat sebagai proses. Seharusnya program ini tidak bisa dilihat sebagai periodisasi, hasilnya tidak bisa dilihat dari ukuran waktu. Perlahan-lahan karena terkait dengan perubahan masyarakat. Namun hal itu tidak bisa diterima dalam kelembagaan seperti pemerintah. Bagaimanapun program Kampung Bebas Narkoba merupakan terobosan kebijakan yang strategis. Ada kebijakan khusus yang diambil oleh ketua BNN, padahal tidak ada anggaran Badan Narkotika Nasional.



Dari hasil penelusuran data dan berdasar hasil wawancara mendalam dengan seluruh *Key Informan* dan *Informan* didapatkan tahapan pembentukan Kampung Bebas Narkoba adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Perbandingan Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial dengan Implementasi Strategi Komunikasi Program

Pemberdayaan Masyarakat Kampung Bebas Narkoba

ASPEK	IDEUNG	IDEKUPONG	DELIVERING	DOENDING
KEPENTINGAN	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat
PEMILITASI	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat
PEMILITASI	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat	Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat

Sumber : Pengolahan Data

Pada dasarnya dalam komunikasi pemasaran sosial tidak dapat memperlakukan dengan cara yang sama untuk semua jenis khalayak sasaran. Keberadaan tokoh masyarakat dan warga yang bertindak sebagai agen perubahan pada Pembentukan Kampung Bebas Narkoba di Kampung Ambon sangat penting dan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan program. Mereka bertugas untuk mendistribusikan dan mempromosikan ide perbaikan nasib warga tanpa menggantungkan kegiatan yang berkaitan dengan penyalahgunaan narkoba kepada warga sekitar. Mereka berada di bawah koordinasi Sanggar Merah Putih, yang sesungguhnya adalah bagian tak terpisahkan dari Badan Narkotika Nasional.

Perubahan perilaku masyarakat bergantung pada perilaku individu. Salah satu faktor-faktor penahan terjadinya perubahan yang ada di masyarakat sendiri dapat berasal dari adat istiadat, tabu dan norma-norma warisan nenek moyang, dan juga kepentingan individu yang akan menghalangi adanya perubahan perilaku. Kesemua faktor tersebut sangat susah dikurangi bila tidak dengan upaya yang terus menerus dan adanya dukungan dari semua pihak, baik pemerintah setempat, tokoh masyarakat, tokoh agama dan masyarakat itu sendiri sebagai suatu sistem.

Dalam banyak kasus, hasil perubahan akibat kontribusi agen perubahan dalam

mengubah perilaku *target adopters* hanya terjadi pada akhir dari serangkaian tahap intermediate, seperti perubahan dalam informasi penduduk, pengetahuan, dan sikap.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Program Kampung Bebas Narkoba strategi komunikasi yang digunakan oleh Badan Narkotika Nasional sudah melibatkan partisipasi masyarakat dengan strategi komunikasi interaktif, namun demikian strategi tersebut masih digunakan secara bersamaan dengan strategi aktif yang lebih dominan menggunakan pendekatan *top-down* atau komunikasi satu arah dari atas ke bawah, yakni dari Badan Narkotika Nasional dan tim peneliti kepada masyarakat Kampung Ambon.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa dalam persepektif kegiatan pemasaran sosial semua kegiatan dalam program Kampung Bebas Narkoba belum dilakukan secara berkesinambungan. Fakta menunjukkan bahwa pilihan komunikasi dengan model *two-step flow* dengan memanfaatkan agen perubahan bisa mendorong dan memastikan upaya pemasaran Program Kampung Bebas Narkoba berlangsung dengan baik. Sebab masih ada sebagian masyarakat yang menjadi *silent majority*, atau belum memiliki kemampuan untuk mengartikulasikan aspirasi mereka.

Dari penelitian ini dapat dipahami bahwa perspektif komunikasi pemasaran sosial bisa dikembangkan untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program pemerintah dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Namun demikian masih ada keterbatasan karena lingkup penelitian yang berusaha untuk mengungkap tahapan umum sehingga hal-hal detail seperti teknik dan penggunaan media komunikasi belum tereksplorasi dengan baik. Oleh karena itu untuk pengembangan ke depan bisa dilakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Melakukan kajian dan penelitian mengenai masing-masing tahapan agar bisa mengungkap aspek-aspek komunikasi secara lebih mendetil sehingga bisa diketahui kelebihan dan kekurangan pilihan taktik komunikasi yang digunakan.
2. Dalam kerangka evaluasi pemberdayaan masyarakat sekalipun pemasaran sosial



tidak digunakan dengan secara mendetil namun bisa digunakan untuk mengungkap strategi dan tahapan komunikasi yang ada dalam pemberdayaan masyarakat yang lebih dominan menggunakan pendekatan sosiologis dan antropologis.

Untuk pengembangan kebijakan Badan Narkotika Nasional ke depan agar Program Kampung Bebas Narkoba bisa lebih mendapatkan dukungan publik disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Dalam mengkampanyekan ide-ide baru (inovasi) sekalipun ada produk nyata, perencana mesti menghitung secara cermat mengenai nilai-nilai sosial yang berlaku. Masalah yang mungkin terjadi, Proyek Kampung Bebas Narkoba tidak selalu berjalan sesuai rencana karena pergantian pimpinan atau pergantian pemuka pendapat di kemudian hari. Oleh karena itu Badan Narkotika Nasional perlu menggunakan bauran pemasaran sosial.
2. pendekatan secara langsung ke masyarakat dinilai perlu serta harus ada dukungan untuk pengembangan proyek tersebut ke depan. Perlu pendekatan yang seimbang serta penegakan hukum secara langsung agar orang-orang yang sudah terlibat masalah narkoba tidak kembali menggunakan narkoba. Sebab titik krusial dalam penyerapan ide baru bukan terletak pada kelompok dinamis yang mudah saat difasilitasi untuk berpartisipasi. Perlu dikembangkan komunikasi untuk membujuk kelompok sasaran, agar tidak hanya berhenti pada tahapan memotivasi kelompok masyarakat lain melainkan berlanjut hingga tahapan *trial adoption* dan *committed adoption* untuk menghindari *drop out*.

Sementara bagi masyarakat harus diberikan kesempatan mengakses informasi mengenai program dengan baik agar setiap tahapan kegiatan dalam program pemerintah bisa diamati dan dievaluasi untuk pengembangan lebih lanjut.

<sup>1</sup> <http://www.bnn.go.id/portalbaru/portal/profil.php>, diakses tanggal 20 Februari 2010

<sup>2</sup> Wawancara pendahuluan dengan Kepala Pusat Pencegahan Pelaksana Harian Badan Narkotika Nasional, Drs. Anang Iskandar, SH, MH. tanggal 29 Desember 2009

<sup>3</sup> <http://www.kompas-tv.com/content/view/23656/2/> Diakses tanggal 21 Desember 2009

<sup>4</sup> Temuan riset tersebut menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi harus memperhatikan aspek-aspek yang berkaitan dengan sistem komunikasi dalam masyarakat seperti; tokoh (*opinion leader*) sebagai sumber informasi, bahasa daerah/lokal, forum pertemuan adat, keberadaan lembaga lokal dan sejenisnya yang berfungsi sebagai media tradisional, dan beberapa hal lainnya tidak diperhatikan. Keberadaan struktur masyarakat malahan hampir-hampir tidak diperhatikan, padahal struktur masyarakat dapat dipakai sebagai pertimbangan langkah awal memulai proses pemberdayaan masyarakat.

<sup>5</sup> Pandangan etik menurut Segall (1990) merupakan titik pandang dalam mempelajari budaya dari luar sistem budaya tersebut, dan merupakan pendekatan awal dalam mempelajari suatu sistem yang asing (dalam Dayaksini dan Yuniardi, 2008).

<sup>6</sup> Emik adalah temuan-temuan yang tampak berbeda antar setting, dengan demikian emik menunjuk pada kebenaran yang bersifat khas. Pandangan emik sebagai titik pandang merupakan studi perilaku dari dalam sistem budaya tertentu.

<sup>7</sup> Laporan Perkembangan Penelitian Aksi dan Perencanaan Partisipatif 06 September 2009, Tim Universitas Indonesia dan Badan Narkotika Nasional

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q. Ancess. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Andreasen AR. 1995. *Marketing Social Change: Changing Behaviour to Promote Health, Social, Development, and the Environment*. San Francisco: Jossey-Bass Publications.
- Bandura, A. 1977. *Social Learning Theory*. New York: General Learning Press.
- Bessette, Guy. 2004. *Involving the Community, a Guide to Participatory Development Communication*. Penang Malaysia: Southbound.
- Badiman, Arief. 1995. *Teori Pembangunan di Dunia Ketiga*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dayaksini, T dan Yuniardi, S. 2004. *Psikologi Lintas Budaya*. Edisi Revisi. Malang: UMM Press.
- Glen, Andrew. 1993. *Community and Public Policy*. London: Pluto.
- Horton, Paul B.- Hunt, Chester L. 1992. *Sosiologi, (terj.)*. edisi keenam, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Indriwanto, Maztri, 1998. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program KIP Komprehensif*, Surabaya: PT. Cipta Surya Wahana. Tidak diterbitkan.



- Kotler, P., Roberto, N., dan Lee, N. 2002. *Social Marketing: Improving the Quality of Life* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- \_\_\_\_\_. 1989. "Marketing Social Change : Changing Behavior to Promote Health, Social Change". The Free Press Online.
- Kotler P dan Zaltman G. 1971. "Social Marketing: An Approach to Planned Social Change". *Journal of Marketing*, 35: Halaman 3-12.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Rosdakarya.
- Nelson, A. 1992. *Technology, Social Participation and Capacities*. New York: Harper.
- Nie, Norman, H. dan Verba, Sidney. 1987. *Participation in America*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Rimbaatmaja, Risang. 2007. "Komunikasi Publik: Rokok, Remaja dan Dosa Orang Dewasa" Dalam Kompas, Jumat 30 November 2007 atau <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0711/30/opini/4036655.htm>.
- Rukminto Adi, Isbandi. 2003. *Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tim Datin, 2009, "Penyalahgunaan Narkoba di Indonesia", dalam *Jurnal Data P4GN*, BNN 2009.
- Tyas. 2006. "Informasi dan Persuasi dalam Kampanye Pemasaran Sosial Terhadap Adopsi Produk Sosial (Studi Kasus Kampanye Penanggulangan HIV dan AIDS 'Bung Kus' bagi laki-laki berperilaku Seks Resiko Tinggi Oleh Program ASA-FHI di Banyuwangi)". Tesis pada Universitas Indonesia
- Vembriarto. 2005. *Pathologi Sosial*. Cet.X. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widodo, Suko dkk., 2003. "Pemetaan Sistem Komunikasi Masyarakat di Indonesia Studi Kasus di Empat Propinsi". Jakarta : Lembaga Kajian Komunikasi - Pascasarjana UI. Belum dipublikasikan.
- Yin, Robert K. 2000. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Terjemahan, Jakarta: Raja Grafindo Persada.